

Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Propinsi Sumatera Utara

Sudirman Suparmin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
sudirmzfakh@gmail.com

Yusrizal

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
yusrizal@uinsu.ac.id

Abstract

Basically the development of sharia tourism is not an exclusive tour because non-Muslim tourists can also enjoy Islamic ethical services. Sharia tourism not only to existence of pilgrimage and religious tourist attractions, but also includes the availability of supporting facilities, for example, restaurants and hotels that provide halal food and prayer places. Tourist products and services, as well as tourist destinations in sharia tourism are the same as general tourism as long as they do not conflict with Islamic values and ethics. This study aims to formulate a strategy model for the development of halal Pariariata in North Sumatra Province, especially for Medan and Parapat City. This research type used survey research for this study. Data analysis in this study is qualitative analysis in general and SWOT analysis. Qualitative analysis is generally directed at data from the results of discussions, observations, and interviews by collecting and analyzing data simultaneously, writing notes during and after data collection, encoding to simplify data, writing reasoning on data, and developing concepts and connections analysis results with the existing literature. The results of the study for the city of Medan are already ready as sharia tourist destinations for aspects of attractions (because they have started to hold sharia tour packages and events), amenities (except hotels and spas which some do not have halal certification) and institutions. Optimization of Medan City as a Sharia tourist destination requires several improvements, especially in institutional aspects, especially the readiness of human resources. And clear regulations from the city government of Medan, for the City of Parapat not optimal enough to work on Halal tourism. But still need commitment and consistency in working on Halal tourism in the city of Parapat.

Keywords: Halal Tourism, Development Strategies, Qualitative, SWOT analysis

Abstrak

Pada dasarnya pengembangan pariwisata Syariah adalah tidak tur yang eksklusif karena non-Muslim wisatawan juga bisa menikmati layanan etika Islam. Syariah pariwisata tidak hanya untuk keberadaan ziarah dan atraksi wisata religius, tetapi juga mencakup ketersediaan mendukung fasilitas, misalnya, Restoran dan Hotel yang menyediakan tempat halal makanan dan doa. Wisata produk dan layanan, serta tujuan wisata di pariwisata Syariah adalah sama dengan wisata umum selama mereka bertentangan dengan nilai-nilai Islam dan etika. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi model untuk pengembangan halal Pariariata di Propinsi Sumatera Utara, terutama untuk Medan dan kota

Parapat. Jenis penelitian ini digunakan penelitian survey untuk studi ini. Analisis data dalam studi ini adalah analisis secara kualitatif secara umum dan analisis kerja keras. Analisis secara kualitatif umumnya ditujukan pada data dari hasil diskusi, pengamatan dan wawancara oleh mengumpulkan dan menganalisis data secara bersamaan, menulis catatan selama dan setelah pengumpulan data, pengkodean untuk menyederhanakan data, menulis penalaran data, dan pengembangan konsep dan koneksi hasil analisis dengan literatur yang ada. Hasil penelitian untuk kota Medan sudah siap sebagai tujuan wisata Syariah untuk aspek atraksi (karena mereka telah mulai untuk menyimpan paket wisata Syariah dan acara), kenyamanan (kecuali Hotel dan spa yang sebagian tidak memiliki sertifikasi halal) dan lembaga. Optimasi kota Medan sebagai tujuan wisata Syariah memerlukan beberapa perbaikan, terutama dalam aspek kelembagaan, terutama kesiapan SDM. Dan jelas peraturan dari pemerintah kota Medan, untuk kota Parapat belum optimal untuk bekerja pada pariwisata Halal. Tapi masih perlu komitmen dan konsistensi dalam mengerjakan Halal pariwisata di kota Parapat

Kata Kunci: Halal Pariwisata, Strategi Pembangunan, Analisis SWOT Kualitatif,

Pendahuluan

Indonesia berupaya terus mengembangkan wisata syariah di Tanah Air. Kementerian Pariwisata mengembangkan pariwisata syariah meliputi empat jenis komponen usaha pariwisata, yaitu perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata, dan spa. Terdapat 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata syariah, yakni Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali (IndonesiaTravel, 2013). Wilayah tujuan wisata syariah tersebut ditentukan berdasarkan kesiapan sumber daya manusia, budaya masyarakat, produk wisata daerah, serta akomodasi wisata.

Pada dasarnya pengembangan wisata syariah bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non-Muslim juga dapat menikmati pelayanan yang beretika syariah. Wisata syariah bukan hanya meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi, melainkan pula mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat. Produk dan jasa wisata, serta tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama seperti wisata umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Contohnya adalah menyediakan tempat ibadah nyaman seperti sudah dilakukan di Thailand dan negara lainnya yang telah menerapkan konsep tersebut terlebih dahulu. Potensi wisata syariah di Indonesia sangat besar dan bisa menjadi

alternatif selain wisata konvensional, hanya saja *branding* dan pengemasannya masih belum memiliki konsep yang tepat

Sementara konsep syariah sendiri telah dibakukan lewat fatwa dan atau persetujuan MUI, kearifan lokal memberikan cita rasa unik yang melekat pada daerah tujuan wisata. Keterlekatan dengan lokasi ini pada gilirannya akan memberikan ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi luas, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan mereka, termasuk mengurangi tingkat pengangguran di masyarakat.

Dalam literatur, pariwisata syariah lebih dikenal sebagai pariwisata halal, pariwisata Islam, atau pariwisata bersahabat Muslim. Konsep ini pun merupakan konsep baru yang berjalan seiring dengan kesadaran baru tentang perlunya umat Islam mendapatkan pelayanan khusus dalam pariwisata (Kalesar, 2010). Karya teoritis awal dikembangkan oleh Namin (2013) lewat teori penciptaan nilai dalam pariwisata syariah, dikembangkan berdasarkan teori kreasi nilai Prahalad. Sementara itu, Battour dan Ismail (2014) menggunakan teori motivasi perjalanan untuk mengurai faktor penarik dan pendorong dalam pariwisata syariah. Dalam cakupan yang lebih luas, Musa et al (2016) membedah pariwisata syariah dari perspektif sistem pariwisata Leiper.

Sumatera Utara adalah salah satu provinsi terbesar di wilayah barat Indonesia dengan karakter wilayah yang sangat strategis. Berbatasan langsung dengan negara Malaysia dan Singapura dan juga negara Thailand. Dengan pertumbuhan ekonomi diatas rata rata nasional 5.18% (BPS sumut 2018). Pertumbuhan APBD dari Jasa kesehatan dan kegiatan social sebesar 7,64 persen. Sedangkan lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan terendah yaitu: jasa keuangan dan asuransi tumbuh sebesar 0,49 persen serta industry pengolahan sebesar 2,31 persen Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di Sumatera Utara melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan Desember 2017 mencapai 27.978 kunjungan, mengalami kenaikan 11,95 persen dibanding yang datang pada bulan November 2017 mencapai 24.991 kunjungan. Namun demikian jika dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2016, jumlah wisman pada bulan Desember 2017 turun 3,36 persen, dari 28.950 kunjungan pada bulan Desember 2016 menjadi 27.978 kunjungan.(BPS 2018)

Dari sisi demografis Sumatera Utara dengan jumlah penduduk sebesar 14,1 juta jiwa dengan populasi terbesar umat islam sebesar 66,09%, sementara

tingkat pengangguran terbuka mencapai 6,49%, jauh lebih tinggi dari rata-rata nasional yang masih sebesar 5,50%. Persentase ini tergolong ketiga terbesar di Pulau Sumatera, setelah Aceh (8,13%) dan Kepulauan Riau (9,03%) (BPS, 2016).

Sumatera Utara yang pada tahun 80an terkenal sebagai salah satu dari 3 daerah tujuan wisata (DTW) utama di Indonesia setelah Bali, Yogyakarta, dengan Danau Toba sebagai ikon wisata. Seiring berjalannya waktu terus mengalami penurunan jumlah wisatawan baik local maupun wisatawan manca negara (wisman). Kota Prapat dimana tempat paling populer untuk wisata danau toba belum mampu untuk menjaga citra dan juga peningkatan fasilitas dalam memanjakan para wisatawan, sarana infrastruktur, kebersihan dan juga program pesta danau toba belum begitu menjadi daya Tarik para wisatawan. Demikian juga dengan Kota Medan sebagai ibu Kota provinsi Sumatera Utara belum mampu memberikan kepada wisatawan untuk berlama lama singgah di Kota Medan. Dari data diatas terlihat penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang baik langsung maupun tidak langsung akan berdampak bagi tingkat pendapatan masyarakat dan juga jumlah pekerja pada industri pariwisata. Akomodasi, jasa pelayanan, ketersediaan rumah makan dan pendukung lainnya yang masih belum inovatif. Ini terlihat wisman yang datang masih didominasi oleh wisman Malaysia, Singapura dan Tiongkok, Malaysia yang dominan muslim masih menjadi wisman terbesar yang datang ke Sumatera Utara, namun dukungan penginapan, rumah makan dan jasa layanan pendukung seperti tempat sholat dan lain sebagainya membuktikan Belum maksimalnya pemerintah provinsi dalam menggarap potensi wisata dan juga peran masyarakat untuk mempertahankan Sumatera Utara untuk tetap menjadi daerah tujuan wisata Utama di Indonesia.

Kekayaan budaya religiusitas dan juga destinasi alam yang dimiliki oleh kota Medan juga Prapat merupakan potensi yang harus dikembangkan. Keindahan Danau Toba sebagai 1 dari 10 destinasi wisata yang masuk dalam program pengembangan pariwisata nasional menjadi daya modal awal untuk pengembangan kota kota lainya dan daerah yang ada di sekitar Danau Toba, seperti kota Brastagi, Toba Samosir, Pematang Siantar dan juga kota Medan yang menjadi Ibu kota Propinsi. Kekayaan religious yang dimiliki kota medan seperti Mesjid Raya Al Matsum, Istana Sultan Makmun Al Rasyid, kota Babussalam yang merupakan Pusat Tariqat Naqshabandiyah di Tanjung Pura yang setiap Tahun melakukan Haul Tuan Guru yang mendatangkan ribuan jamaah

tariqat menjadi daya Tarik sendiri bagi wisatawan sehingga menjadi prioritas untuk dapat berbenah diri dan menjadi tuan rumah yang ramah bagi para wisatawan

Dalam literatur, pariwisata syariah lebih dikenal sebagai pariwisata halal, pariwisata Islam, atau pariwisata bersahabat Muslim. Konsep ini pun merupakan konsep baru yang berjalan seiring dengan kesadaran baru tentang perlunya umat Islam mendapatkan pelayanan khusus dalam pariwisata (Kalesar, 2010). Karya teoritis awal dikembangkan oleh Namin (2013) lewat teori penciptaan nilai dalam pariwisata syariah, dikembangkan berdasarkan teori kreasi nilai Prahalad. Sementara itu, Battour dan Ismail (2014) menggunakan teori motivasi perjalanan untuk mengurai faktor penarik dan pendorong dalam pariwisata syariah. Dalam cakupan yang lebih luas, Musa et al (2016) membedah pariwisata syariah dari perspektif sistem pariwisata Leiper.

Sementara teori yang lengkap berusaha menjelaskan pariwisata syariah belum tersedia, hubungannya dengan teori pemberdayaan masih belum pernah diteliti. Celah ini semakin besar ketika perspektif manajemen strategis dikedepankan untuk menyusun strategi yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan pariwisata syariah di suatu daerah. Namin (2013) sempat menggunakan kerangka peta strategi dari Kaplan dan Norton (2004) untuk memetakan strategi pariwisata syariah, tetapi masih dalam kondisi yang sangat kasar dan belum terintegrasi dengan aspek-aspek pemberdayaan masyarakat dan komponen output pada peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini menjadi celah penelitian yang perlu diisi oleh kalangan akademisi.

Kajian Teori

a. Teori Berbasis Sumber Daya (RBV)

RBV menyorot pada pentingnya faktor sumber daya dalam suatu organisasi. Organisasi diasumsikan sebagai suatu gumpalan sumber daya yang heterogen (Shapiro et al, 2007:7). Sumber daya yang heterogen dipandang sangat perlu bagi organisasi untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Sumber daya yang menjadi sumber keunggulan organisasi adalah sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN. VRIN berarti Valuable, Rare, Inimitable, dan Nonsubstitable. Artinya, sumber daya tersebut harus bernilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan. Termasuk dalam sumber daya ini adalah

sumber daya alam langka (tanah, bahan baku, komoditas), sumber daya manusia dan kepakaran dan bakatnya, sumber daya teknologi, sumber daya keuangan, dan sumber daya tak tampak, misalnya reputasi (Verbeke dan Tung, 2013:536). Para peneliti lain mengajukan berbagai klasifikasi sumber daya ini tetapi pada intinya memang sejalan dengan klasifikasi tersebut (lihat de Charbert, 1998:19).

Beberapa berargumen bahwa dari semua jenis sumber daya ini, sumber daya manusia adalah yang paling mampu menciptakan nilai bagi perusahaan (Murphy dan Murmann, 2009:548).

Sumber daya sendiri memiliki empat tahapan untuk dapat memberikan keunggulan yaitu tahap seleksi, akses, akumulasi, dan kombinasi (Verbeke dan Tung, 2013:532). Pertama, organisasi harus melakukan seleksi terhadap sumber daya yang ia miliki sehingga menjadi jelas mana yang tergolong sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN. Setelah seleksi dilakukan, harus ada akses terhadap sumber daya tersebut. Adanya akses memungkinkan sumber daya untuk dapat diolah sesuai dengan strategi yang telah dirumuskan. Sumber daya yang telah diakses tersebut kemudian diakumulasi, dalam artian dikumpulkan sebanyak mungkin oleh organisasi agar menjadi siap untuk eksekusi. Akumulasi juga bermakna bahwa semua sumber daya yang tersebar secara pasif tersebut dipelajari dengan dikumpulkan untuk siap dikembangkan.

b. Teori Manajemen Stakeholder

Menurut Verbeke dan Tung (2013:530), agar berhasil, semenjak awal suatu strategi harus mengarah pada pendekatan stakeholder dalam mengelola sumber daya, dan sumber daya harus memiliki heterogenitas yang cukup sehingga berbeda dengan para pesaingnya. Hal ini merujuk pada teori manajemen stakeholder. Teori ini berpendapat bahwa perusahaan perlu memahami kepentingan pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, pemberi pinjaman, dan masyarakat, untuk dapat mengembangkan tujuan yang didukung oleh para stakeholder, demi keberhasilan jangka panjang (Freeman dan McVea, 2001:5). Stakeholder yang dimaksudkan disini adalah “kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi” (Freeman, 2004:229).

Verbeke dan Tung (2013:532) menambahkan perlunya rekayasa sosial dalam manajemen sumber daya. Rekayasa ulang sosial bermakna bahwa perusahaan melakukan strategi sosial untuk mengelola para stakeholder yang

menyediakan sumber daya sehingga mereka memiliki tujuan dan kepentingan yang sama seperti halnya organisasi. Strategi sosial ini berupa penggunaan berbagai strategi untuk berbagai kelompok stakeholder berdasarkan motivasi, peran, dan hubungannya dengan organisasi (Khazaei, 2015:17). Intinya adalah bagaimana perusahaan mampu menciptakan nilai sebanyak mungkin bagi para stakeholder, tanpa harus mengalami *trade-off* (pertaruhan) di antaranya (Sciarelli dan Tani, 2013:176).

Hal ini karena sumber daya akan selalu berada di tangan suatu stakeholder, entah itu karyawan, konsumen, masyarakat, atau pemerintah. Verbeke dan Tung (2013:532) menekankan bahwa para stakeholder ini harus merupakan stakeholder primer, yaitu stakeholder yang benar-benar memegang sumber daya bersangkutan. Stakeholder primer mencakup konsumen, investor, karyawan, pemasok, dan masyarakat, sementara stakeholder sekunder mencakup media, pemerintah, pesaing, organisasi konsumen, dan kelompok lain yang berhubungan (Irawan et al, 2014:78).

c. Pariwisata Syariah

Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaan syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah.

Definisi pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2012). Pariwisata syariah dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata syariah tidak terbatas hanya pada wisata religi.

Menurut Duran dalam Akyol & Kiliç (2014), pariwisata memiliki bermacam dampak sosial dan budaya. Wisata halal adalah suatu produk baru dari

pasar muslim dan non-muslim. Menurut Zulkifli dalam Akyol & Kiliç (2014), pasar halal diklasifikasikan kedalam 3 (tiga) kategori yaitu: makanan, gaya hidup (kosmetik, tekstil, dll), dan pelayanan (paket wisata, keuangan, transportasi). Menurut Duman dalam Akyol & Kiliç, *Islamic tourism* didefinisikan sebagai:

“the activities of Muslims travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for participation of those activities that originate from Islamic motivations which are not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited” (Kiliç, 2014)

Menurut Pavlove dalam Razzaq, Hall & Prayag, Halal atau *Islamic tourism* didefinisikan sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen sesuai dengan ajaran Islam. Banyak negara di dunia Islam yang memanfaatkan kenaikan permintaan untuk layanan wisata ramah Muslim (Razzaq, Hall, & Prayag, 2015). Sedangkan menurut Sapta Nirwandar (2015) dalam (Achyar, 2015) keberadaan wisata halal sebagai berikut:

Halal tourism adalah *extended services*. Kalau tidak ada dicari, kalau ada, bisa membuat rasa aman. Wisata halal bisa bergandengan dengan yang lain. Sifatnya bisa berupa komplementer, bisa berupa produk sendiri. Misalnya ada hotel halal, berarti membuat orang yang mencari hotel yang menjamin kehalalan produknya akan mendapatkan opsi yang lebih luas. Ini justru memperluas pasar, bukan mengurangi. Dari yang tadinya tidak ada, jadi ada”.

Di Indonesia, pariwisata syariah dijamin lewat UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, khususnya pada bagian menimbang, maupun pada pasal 3, pasal 5, pasal 12, pasal 25, dan pasal 26. Bagian menimbang menekankan kalau kepariwisataan merupakan bagian dari pembangunan nasional dengan tetap memberikan perlindungan, salah satunya terhadap nilai-nilai agama. Sementara itu, pada pasal-pasal dalam undang-undang ini, disebutkan kalau kepariwisataan berfungsi salah satunya memenuhi kebutuhan rohani (Pasal 3), penyelenggaraan harus menjunjung salah satunya norma agama, sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan YME (Pasal 5), pengembangan kawasan strategis pariwisata harus memerhatikan salah satunya aspek agama masyarakat setempat (Pasal 12), wisatawan harus menjaga dan menghormati, salah satunya, norma agama masyarakat setempat (Pasal 25 huruf a), dan kewajiban yang sama juga berlaku pada pengusaha pariwisata (Pasal 26 huruf a).

Persyaratan-persyaratan yang diberikan pariwisata syariah dapat sangat luas atau sempit tergantung toleransi individual dan masyarakat dalam menjalankan agama atau kebiasaan berwisata yang dilakukan oleh wisatawan muslim. Sebagai contoh, aturan ketat akan dipaksakan oleh masyarakat muslim penganut Wahabi dari Arab Saudi, sementara penduduk muslim di Indonesia dan Turki relatif lebih liberal (Henderson, 2009:208). Syarat-syarat yang perlu disediakan oleh penyelenggara pariwisata dapat mencakup antara lain (Henderson, 2009:209; Shafaei dan Mohamed, 2015:104; Kovjanic, 2014:38):

1. Mengkonsumsi makanan yang bebas dari hal-hal yang diharamkan seperti daging babi dan alkohol, hingga makanan-makanan makruh (yang tidak jelas status kehalalannya), dan jika perlu, adanya dapur hotel yang memiliki sertifikat halal.
2. Memiliki petunjuk arah kiblat yang jelas di kamar hotel dan jika perlu, tersedia satu al Qur'an untuk setiap kamar.
3. Tidak adanya bagian dari hotel yang menyediakan diskotik dan/atau tempat perjudian dalam ruangan, apalagi prostitusi.
4. Fasilitas olahraga, salon, rekreasi, dan kolam renang yang disegregasi berdasarkan gender.
5. Aturan berpakaian dalam ruangan yang konservatif.
6. Ketersediaan mushalla atau mesjid di hotel dan lokasi wisata, lapangan udara, mall, ruang konferensi, taman, termasuk jika mungkin, penyediaan imam, muazzin, dan khotib.
7. Dapat terdengarnya azan berkumandang oleh wisatawan sebagai penanda waktu sholat tiba.
8. Tempat berkumpul khusus perempuan.
9. Program-program hiburan Islami baik internal hotel maupun di destinasi, termasuk dilarangnya saluran seks di sistem hiburan hotel atau televisi dan sistem hiburan lainnya memberikan sensor terhadap adegan dewasa.
10. Akses pada berbagai jenis kuliner halal.
11. Fasilitas pelayanan kesehatan dan transportasi yang Islami, misalnya supir atau dokter perempuan untuk wisatawan perempuan.
12. Pendanaan penyelenggaraan yang berbasis syariah.
13. Penyelenggara beragama Islam dan staff yang melayani sesuai dengan gender yang dilayani.

14. Penghasilan dari penyelenggaraan syariah harus sebagian digunakan untuk zakat.
15. Ruang terpisah untuk perempuan dan laki-laki yang belum menikah.
16. Tidak adanya kontak wisatawan dengan gambar atau wisatawan lain yang tidak menutup aurat ataupun menunjukkan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam seperti berciuman di depan publik atau menunjukkan kasih sayang berlebihan secara terbuka di depan publik, dan bahkan mengkonsumsi makanan di siang hari di bulan Ramadhan.
17. Penyediaan pelayanan khusus pada waktu khusus seperti jadwal shalat, menu berbuka puasa dan makan sahur, kendaraan menuju mesjid untuk shalat tarawih, shalat jum'at, atau shalat ied.
18. Cenderamata dan lukisan serta fotografi yang tidak menunjukkan bentuk manusia.
19. Tempat tidur dan sanitasi yang tidak mengarah ke kiblat.
20. Sanitasi berupa toilet jongkok, atau minimum berbasis air, ketimbang toilet duduk atau berbasis tisu toilet.
21. Tidak ada segregasi berdasarkan etnisitas.

Banyaknya larangan dan persyaratan khusus dalam berwisata bagi seorang muslim di atas seolah menunjukkan kalau kegiatan berwisata sendiri tidak didorong oleh ajaran Islam. Walau begitu, justru sebaliknya, pariwisata merupakan salah satu bagian dari ajaran Islam (Fahim dan Dooty, 2014:23). Tuhan bahkan memerintahkan umat Islam untuk berwisata, sesuai dengan firmanNya *“berjalanlah di muka bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan manusia dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”* (Al Ankabut 29:20). Ayat ini menekankan bahwa tujuan berwisata seorang muslim yang utama adalah motif edukasi, yaitu memahami dan melihat secara empiris proses penciptaan manusia. Walau demikian, pada ayat lain, disebutkan pula adanya motif apresiasi untuk mengagumi keindahan alam dan budaya yang diciptakan Tuhan. Hal ini tersirat pada Ar-Rum 30:22 yang menyatakan : *“dan diantara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui”*.

Lebih dari itu, kegiatan berwisata juga didorong dengan motif saling mengenal antar bangsa, sebagaimana dalam Al Hujurat 49:13 *“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”* Menariknya, ayat ini juga menekankan aspek kesetaraan sosial atau anti-rasisme dalam pergaulan sosial antar manusia. Karenanya, segregasi berdasarkan etnisitas sebenarnya juga merupakan hal yang ditolak dalam ajaran Islam.

Metode

a. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei dapat diaplikasikan guna mengoleksi informasi maupun data mengenai populasi yang besar dengan memakai sampel yang relatif kecil. Populasi bisa mengikuti dan berhubungan dengan instansi lembaga orang organisasi maupun unit-unit kemasyarakatan dan sebagainya namun sumber paling utamanya ialah orang.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian bersifat deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan didukung pula dengan data kualitatif. sumber data yang dijadikan sebagai subyek penelitian hanya sampel yang dianggap representatif. Menurut Sugiyono (2012):23) dikatakan metode kuantitatif karena pendekatan kuantitatif digunakan karena peneliti menempatkan teori sebagai titik tolak utama atas rasa ingin tahu peneliti untuk mengukur tingkat kesiapan destinasi wisata dalam mengembangkan wisata syariah di Indonesia.

c. Teknik Penetapan Responden

Teknik penetapan respon yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling yaitu teknik sampling yang cukup sering digunakan dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan *non probability sampling*. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria pemilihan sampel kriteria inklusi merupakan kriteria sampel yang diinginkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

d. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini berupa analisis kualitatif secara umum dan analisis SWOT. Analisis kualitatif secara umum diarahkan pada data hasil diskusi, pengamatan, dan wawancara dengan karakteristik yang digambarkan van den Hoonaard dan van den Hoonaard (2008:186) yaitu: melakukan pengumpulan dan analisis data secara simultan, melakukan penulisan catatan saat dan setelah pengumpulan data, melakukan penyandian untuk menyederhanakan data, menulis penalaran atas data, dan mengembangkan konsep dan koneksi hasil analisis tersebut dengan literatur yang ada.

Hasil

a. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Medan

Kota Medan memiliki luas 26.510 hektar (265,10 km²) atau 3,6% dari keseluruhan wilayah Sumatera Utara. Dengan demikian, dibandingkan dengan kota/kabupaten lainnya, Medan memiliki luas wilayah yang relatif kecil dengan jumlah penduduk yang relatif besar. Secara geografis kota Medan terletak pada 3° 30' – 3° 43' Lintang Utara dan 98° 35' - 98° 44' Bujur Timur. Untuk itu topografi kota Medan cenderung miring ke utara dan berada pada ketinggian 2,5 - 37,5 meter di atas permukaan laut. Secara administrative

2. Potensi Wisata di Sumatera Utara dan Kota Medan Masjid Raya Medan

Bagi yang tertarik dengan wisata religi di Sumatera Utara, Masjid Raya Medan tentu tak boleh dilewatkan. Masjid terbesar yang dibangun oleh Sultan Ma'moen Al Rasyid Perkasa Alam ini memiliki luas bangunan sekitar 5.000 meter persegi. Masjid ini menjadi tempat ibadah paling megah dengan desain bangunan berbentuk persegi delapan yang dilengkapi empat serambi utama. Ada pula pilar berdiameter 0,6 meter yang menyokong kubah utama masjid. Kini, masjid yang juga dikenal dengan nama Masjid Raya Al-Mashun ini telah berusia lebih dari satu abad. Tak heran, jika masjid mendapat predikat sebagai salah satu bangunan tertua di Kota Medan.

a. Kampung Suluk Babussalam Tanjung Pura

Kampung Islam Besilam atau juga dikenal Babussalam, terletak di kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Letak kampung Besilam ini berjarak sekitar 75 kilometer dari kota Medan, ibukota propinsi Sumatera Utara. Sejarah berdirinya kampung Besilam ini sangat erat dengan keberadaan Kesultanan Langkat, di mana sang pendiri kampung Besilam ini adalah guru atau ulama agama Islam bagi kerabat kesultanan dan juga masyarakat Langkat pada waktu itu. Kampung Basilam atau Babussalam ini didirikan oleh Syekh Abdul Wahab Rokan (1811-1926), seorang penganut Tarekat Naqsabandiyah yang telah memperdalam ilmu agama di tanah jarizah Arab.

b. Mesjid Raya Azizi Tanjung Pura

Masjid Azizi berdiri di atas tanah seluas 18.000 meter persegi, Masjid Azizi dibangun atas anjuran Syekh Abdul Wahab Babussalam pada masa pemerintahan Sultan Musa al-Muazzamsyah. Mulai dibangun pada tahun 1320 H (1899M) atau setidaknya 149 tahun sejak Langkat resmi berdiri sebagai Kesultanan, namun Sultan Musa wafat sebelum pembangunan masjid selesai dilaksanakan. Pembangunan diteruskan oleh putranya yang bergelar Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah (1897-1927) Sultan Langkat ke-7. Rancangan masjid ditangani oleh seorang arsitek berkebangsaan Jerman, para pekerjanya banyak dari etnis Tionghoa dan masyarakat Langkat sendiri.

c. Salju Panas Tinggi Raja

Sumatera Utara terdapat wisata bernama Salju Panas Tinggi Raja. Kata “salju” dipilih karena di tempat ini terdapat sebuah kawah yang didominasi warna putih seperti salju. Sedangkan kata “panas”, digunakan karena air berwarna biru kehijauan kawah bersuhu panas. Untuk menuju kawasan wisata ini, perlu berkendara sekitar 3 jam dari pusat Kota Medan. Dari Medan, wisatawan akan melewati kawasan Lubuk Pakam, Dolok Masihul, Galang, hingga Bangun Purba. Sesampainya di lokasi Salju Panas Tinggi Raja.

d. Air Terjun Sipiso-piso

Lokasi ini Berada di dekat pemukiman warga Desa Tongging, Kecamatan Merek, Karo, Air Terjun Sipiso-piso menawarkan pesona alam yang akan membuat berdecak kagum. Berada di ketinggian 800 mdpl, Air Terjun Sipiso-piso menjadi salah satu air terjun tertinggi di Indonesia dengan tinggi pancuran 120 meter. Lokasi air terjun ini cukup terjangkau, hanya perlu menempuh 35 km

perjalanan dari Kota Berastagi atau sekitar 45 menit berkendara dari pusat Kota Medan. Jalur menuju kawasan wisata ini pun sudah tertata rapi, sehingga segala jenis kendaraan bermotor bisa melaluinya dengan aman.

e. Taman Nasional Gunung Leuser

Secara administratif, Taman Nasional Gunung Leuser berada di dua provinsi berbeda, yaitu Aceh dan Sumatera Utara. Hal tersebut tak mengagetkan, mengingat luas area taman wisata ini mencapai 1.094.692 hektar. Tempat wisata ini merupakan kawasan hutan yang menyimpan berbagai cagar alam, seperti Suaka Margasatwa Gunung Leuser, Suaka Margasatwa Kappi, Suaka Margasatwa Kluet, Taman Wisata Gurah, dan masih banyak lagi. Menariknya, taman nasional ini menjadi salah satu situs warisan dunia sesuai ketetapan UNESCO. Jika tertarik untuk berkunjung, datanglah pada bulan Juni hingga Oktober. Pada bulan tersebut, curah hujan cukup rendah sehingga dapat memudahkan saat menjelajahi taman nasional. Nantinya, akan dikenakan biaya tiket sebesar Rp7.500 untuk wisatawan domestik dan Rp225.000 untuk wisatawan mancanegara.

f. Pulau Samosir

Pulau Samosir merupakan salah satu pulau yang paling populer di Sumatera Utara. Lokasinya yang berada tepat di tengah Danau Toba menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Ada banyak aktivitas seru yang bisa lakukan di pulau vulkanik ini, mulai dari bertualang di Goa Marlakkop, menyaksikan pertunjukan tari Sigale-gale, berkeliling Museum Huta Bolon Simanindo, hingga menikmati keunikan Batu Parsidangan. Terdapat tiga jalur perairan Danau Toba yang bisa pilih untuk menuju Pulau Samosir, yaitu melalui Pelabuhan Ajibata ke Pelabuhan Tomok, Tigaras menuju Simanindo, dan melalui Muara menuju Nainggolan. Khusus rute Muara – Nainggolan,

g. Danau Toba

Sebagai danau terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara, Danau Toba menjadi salah satu objek wisata yang tak boleh dilewatkan di Sumatera Utara. Ada banyak hal yang bisa dilakukan di sini, mulai dari melihat situs sejarah, mengunjungi rumah adat Batak, hingga mengelilingi Desa Tuktuk Siadong-adong.

h. Rahmat International Wildlife Museum and Gallery

Wisata buatan manusia ini Sejak diresmikan pada 14 Mei 1999, Rahmat International Wildlife Museum and Gallery menjadi tempat wisata edukasi populer di Sumatera Utara. Museum ini menyimpan beragam koleksi binatang liar

yang diawetkan dari hasil perburuan seluruh penjuru dunia. Meski begitu, seluruh hasil buruan tersebut sudah melalui *conservation by utilization* (standar perburuan satwa liar dunia). Terdapat lebih dari 2.000 macam satwa yang bisa ditemukan di tempat ini. Salah satunya kelompok *African Big Five*, yang terdiri dari lima mamalia terbesar Afrika yaitu gajah, badak putih, banteng, singa dan macan tutul

i. Pantai Sorake dan Pantai Lagundri

Bagi pencinta olahraga air, Pantai Sorake dan Pantai Lagundri di Sumatera Utara adalah lokasi wisata yang perlu dikunjungi. Pasalnya, kedua pantai tersebut telah dinobatkan sebagai *spot surfing* terbaik di dunia. Tak jarang, kedua pantai ini digunakan sebagai lokasi kejuaraan *surfing* tingkat nasional maupun internasional, salah satunya adalah Nias Open.

Kondisi gulungan ombak yang panjang membuat aksi *surfing* semakin menantang. Konon, posisi pantai yang menghadap langsung Samudera Hindia membuat kondisi ombak cukup tinggi hingga mencapai 7 – 10 meter. Umumnya, para peselancar dari berbagai negara berkunjung sekitar bulan April hingga September

j. Green Hill City

Alternatif wisata lain yang patut kunjungi selama di Sumatera Utara adalah Green Hill City. Sebenarnya, Green Hill City merupakan salah satu kawasan perumahan elite di Sibolangit, Deli Serdang. Namun, bisa menemukan berbagai wahana bermain dan hiburan keluarga di kawasan ini. Mulai dari *roller coaster*, kincir raksasa, hingga bioskop 4D adalah beberapa wahana yang bisa dicoba.

k. Funland Mikie Holiday Resort & Hotel

Funland Mikie Holiday adalah sebuah taman bermain yang berada di Jalan Letjend. Jamin Ginting, Sempajaya, Berastagi. Tempat wisata yang selalu ramai di akhir pekan ini memiliki berbagai wahana menarik, mulai dari Volcano, Twister, The Scream, Sky Bike, dan masih banyak lagi. Ada pula berbagai fasilitas pendukung yang bisa dimanfaatkan, seperti gazebo, area parkir, hingga kedai makanan.

l. Bukit Gundaling

Bukit Gundaling di Jalan Jamin Ginting, Berastagi, Karo. Memiliki ketinggian 1.575 mdpl, bukit ini menyajikan pesona Kota Berastagi dari ketinggian. Lokasi inilah yang membuat Bukit Gundaling cocok sebagai lokasi

melihat matahari terbit dan terbenam. Jika beruntung, bisa melihat pemandangan Gunung Sibayak dan Sinabung saat cuaca cerah. Ada berbagai cara yang bisa tempuh untuk menuju puncak bukit, yaitu berjalan kaki, menunggang kuda, ataupun menggunakan delman. Meski merupakan alam terbuka, Bukit Gundaling sudah dilengkapi berbagai fasilitas seperti kedai makanan, toilet, hingga toko oleh-oleh.

m. Danau Lau Kawar

Danau Lau Kawar, salah satu danau di Kawasan Ekosistem Leuser (KEL) yang patut. Tak hanya itu, lokasinya yang tepat berada di bawah kaki Gunung Sinabung membuat air Danau Lau Kawar amat jernih dan sejuk. Menariknya, bisa mendirikan tenda di area yang telah disediakan oleh pihak pengelola. Namun, tersedia pula pendopo yang bisa gunakan untuk beristirahat sejenak sembari menikmati kesejukan udara sekitar.

n. Rumah Tjong A Fie

Rumah Tjong A Fie di Jalan Jendral Ahmad Yani No 105, Kesawan, Medan Barat. Tjong A Fie dikenal sebagai seorang dermawan kaya raya pada masa pemerintahan Kesultanan Deli zaman penjajahan Belanda. Kediaman ini memiliki desain arsitektur khas Tiongkok yang kini menjadi salah satu tempat wisata populer di Sumatera Utara. Di rumah ini, pengunjung bisa mengetahui sejarah kehidupan Tjong A Fie melalui foto-foto yang terpampang di dinding rumah. Ada pula pajangan lukisan dan perabot rumah kuno yang amat menarik perhatian.

o. Sipinsur

Sipinsur, Desa Paerung, Humbang Hasundutan. Terletak di kawasan dataran tinggi Humbang Hasundutan, Sipinsur memiliki ketinggian 1.213 mdpl. Di sini, kita bisa melihat pesona Danau Toba dari ketinggian. Tak jarang, para fotografer memilih lokasi ini untuk mengabadikan lanskap danau terbesar di Asia Tenggara tersebut.

p. Kebun Raya Tongkoh

Kebun Raya Tongkoh. Objek wisata ini menjadi lokasi penangkaran berbagai tanaman hias dan buah. Mulai dari kebun markisa, jeruk khas Berastagi, hingga kebun stroberi bisa ditemukan di sini. Tak sekadar berkeliling, wisatawanpun bisa memetik buah dan tanaman untuk dinikmati maupun dijadikan

cendera mata. Di kebun seluas 25,97 hektar ini juga bisa melihat pemandangan Gunung Sinabung yang amat cantik.

q. Muara Tapanuli Utara

Muara Tapanuli Utara, keindahan danau tersebut terpampang jelas di depan mata. Muara sendiri merupakan sebuah kota kecil yang dikelilingi perbukitan. Untuk menuju kawasan ini, wisatawan bisa menuju Desa Hutanagadong, Tapanuli Utara. Selain menyaksikan pesona Danau Toba, kita bisa melihat sisi lain Kota Muara dengan mengunjungi Desa Bakti Raja. Konon, desa ini merupakan tempat asal pahlawan nasional Indonesia, Raja Sisingamangaraja XII. Hal tersebut bisa buktikan dari berbagai sisa objek kerajaan di masa lampau.

r. Pantai Pandan

Pesona pantai Sumatera Utara tentu tak bisa dianggap sepele. Salah satu yang paling populer adalah Pantai Pandan di Desa Pandan, Tapanuli Tengah. Pantai ini terkenal dengan pesona pasir putih dan air laut yang begitu jernih. Di sini, wisatawan bebas bermain air maupun berenang karena kondisi ombak yang cukup tenang. Meski masih tergolong sepi akan pengunjung, pantai ini sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti gazebo, kedai makanan, hingga penginapan. Jika sempat mengunjunginya, untuk datang pada sore hari. Di waktu tersebut, wisatawan bisa menyaksikan momen *sunset* yang terkenal amat cantik di Pantai Panda

3. Potensi Amenitas

Potensi ini salah satunya mencakup sarana pendukung pengembangan wisata syariah seperti jumlah hotel, resto/kuliner. Jumlah hotel dan jasa akomodasi di Kota Medan terus bertambah seiring banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Kota Medan. Hingga akhir tahun 2015, di Kota Medan tercatat 1663 usaha akomodasi yang terdiri dari 47 hotel bintang, 653 salon kecantikan, 211 rumah makan, 14 bar.. Namun, sebagian besar hotel di Kota Medan belum memiliki label/sertifikasi sebagai hotel syariah, meskipun dalam pelayanannya sudah menerapkan prinsip syar'i. Misalnya jika ada dua orang dengan jenis kelamin berbeda akan diminta surat/buku nikah bila akan menginap, tersedia petunjuk arah kiblat di setiap kamar, sajadah, dan lain-lain. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

4. Potensi Pasar Wisatawan

Berdasarkan kawasan negara asal wisatawan manca negara yang datang ke Kota Medan berasal dari kawasan Asia (negara-negara ASEAN dan non-ASEAN) yaitu sebanyak 197.818 tahun 2015 dibandingkan dengan tahun 2014 sebesar 234.724 orang atau mengalami penurunan sebesar 18,65%, dari total wisman. Dari jumlah tersebut, 143.048 orang adalah wisman dari kawasan ASEAN, dan 16.6079 orang adalah wisman dari kawasan Asia non ASEAN (Bangladesh, Hongkong, India, Jepang, Korsel, Pakistan, RRC, Srilanka, Taiwan, dan Asia lainnya). Di posisi kedua adalah wisman dari kawasan Eropa sebesar 20.200 orang (20,21%), kemudian kawasan lainnya sebanyak oceana sebanyak 3.89%. Fluktuasi jumlah wisatawan ini dapat disebabkan karena masih kurangnya pengemasan paket wisata yang dilakukan oleh biro perjalanan wisata, demikian juga dengan agenda een wisata yang dirasa masih itu ke itu saja tidak ada inovasi dan pengemasan yang masih belum dirasa professional.

b. Diskusi data

1. Strategi Pengembangan Wisata halal Kota Medan

a. Terminologi Wisata Syariah.

Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara, label “halal” menjadi pilihan utama dalam Label pariwisata Kota Medan dibandingkan penggunaan label “syariah”. Jika Label syariah digunakan, akan menghilangkan konsep syar’i itu sendiri, yang ada hanya menghidupkan wisata konvensional saja. Dapat dilihat pula melalui media internet, Untuk Kota Medan dapat menggunakan Label “*wisata halal*”. Dengan demikian, konten halal yang harus dihidupkan mulai dari produk makanan hingga sarana/ fasilitas pendukung pariwisata.

b. Kesiapan Daya Tarik Wisata

Kesiapan Kota Medan menjadi destinasi wisata Halal dapat dilihat beberapa indikator yaitu: daya tarik wisata, hotel dan restoran, biro perjalanan wisata dan pramuwisata, dan fasilitas lainnya seperti salon, kolam renang dan SPA. Dari kelima indikator tersebut hasil wawancara menyimpulkan bahwa Kota Medan mempunyai potensi yang luar biasa untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata Halal karena mempunyai daya tarik wisata yang cukup beragam baik *wisata alam* (Garis Pantai Cermin, Danau Toba, pantai barat Natal, puncak

Gundaling, dan lain sebagainya), *wisata budaya* (istana maimon, Rumah tjong a Fie, peninggalan sejarah perkantoran dan niaga kesawan, menara air, kantor pos dll, Masjid Raya Al Matsum, makam papan tinggi, masjid raya sultan labuhan, perkampungan suluk Babussalam, Kawasan Kuliner Sea food wajir, jalan pandu, pagaruyung), maupun *wisata buatan manusia* (Mickyfunland, Hillpark Sibolangit).

Potensi daya tarik tersebut didukung dengan ketersediaan amenities seperti tempat ibadah di masing-masing daya tarik wisata. Wisatawan muslim tidak terlalu sulit untuk menemukan tempat ibadah (sholat) selama melakukan aktivitas wisata di Kota Medan. Namun keleluasaan dan kenyamanan serta kebersihan masih banyak yang perlu dibenahi jika menerapkan konsep halal dalam pariwisata Kota Medan. Sebagai contoh di beberapa hotel masih menyediakan minuman alkohol yang tempatnya terpisah dengan tempat yang muslim friendly, dalam proses produk makanan dan penyajian sudah di pisahkan antara yang halal dengan yang non halal. Tidak semua daerah di Provinsi Sumatera utara dan Kota Medan menerapkan konsep syar'i secara utuh dan berbeda-beda.

Aspek kesiapan masyarakat dan fasilitas pendukung masih menjadi kendala dalam pengembangan pariwisata Kota Medan. Seperti masih banyaknya wisatawan yang mengalami kondisi kurang nyaman seperti perampokan, pencurian dan masyarakat kurang acuh dengan tamu menjadi ciri kota Medan. Berbeda seperti di Bali dan juga daerah Yogyakarta yang lebih ramah dan juga bersahabat dengan tamu..

c. Aksesibilitas

Berdasarkan hasil wawancara dengan ASITA, sejauh ini aksesibilitas di Kota Medan untuk penerbangan tersedia *direct flight* penerbangan internasional dari dan ke Kota Medan, seperti dari Malaysia seperti Kuala Lumpur dan juga Penang yaitu Air Asia 5 kali dalam sehari, dan Firefly 2 kali dalam sehari, maskapai Malaysia airlines, demikian juga dari Singapura dengan maskapai Air Asia, maskapai Indonesia yang melayani rute Malaysia seperti Batik Air 2 kali dalam sehari, Demikian pula kondisi ketersediaan infrastruktur dan jalan juga sudah cukup baik. Kendala aksesibilitas masih ditemui di daya tarik wisata alam seperti ke pantai barat Sumatera utara yang memiliki daya Tarik yang cukup diminati oleh wisatawan.

d. Akomodasi (Hotel dan Tempat Menginap Lainnya)

Ketersediaan akomodasi pada sebagian besar hotel dan tempat menginap lainnya di Kota Medan. Beberapa hotel sudah menerapkan konsep syariah seperti hotel madani, hotel garuda plaza, grand saka hotel dan hotel grand kanaya hotel, dari segi produk, pelayanan, dan pengelolaannya. Dari segi produk, misalnya toilet hotel sudah tersedia penyekat antar bilik dan menyediakan air mengalir selain tissue; pada setiap kamar di hampir sebagian besar hotel sudah menyediakan sajadah, arah kiblat, tidak tersedia akses pornografi, tidak tersedia minuman beralkohol di mini bar setiap kamar, dll. Tetapi ada juga beberapa hotel yang masih menyediakan minuman beralkohol namun hanya untuk tamu tamu yang berasal dari luar negeri dan juga non muslim.

Dari segi pelayanan diantaranya beberapa hotel telah melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi dan asusila, dll. Dan dari segi pengelolaan, diantaranya seluruh karyawan dan karyawan perempuan memakai seragam yang sopan, karyawan perempuan pada umumnya untuk yang muslim menggunakan jilbab, dll. Namun, Sebagaimana tercantum dalam Permen Parekras No. 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah, beberapa hotel telah memiliki license sebagai pelayanan hotel berdasarkan pada *Islamic satisfaction*. Sehingga, dalam akomodasi yang mendukung wisata syariah masih memerlukan standarisasi yang jelas dan sosialisasi kebijakan dalam Permen tersebut. Kendala dalam penyediaan akomodasi yakni kualitas dan pelayanan (hospitality) yang masih belum maksimal.

e. Restoran dan Usaha Penyedia Jasa Makanan Minuman

Secara umum, restoran dan penyedia jasa makanan minuman di Kota Medan dalam pengolahan dan penyajiannya sudah menerapkan prinsip halal. Namun, berdasarkan hasil wawancara perlu dikaji kembali mengenai pemotongan hewan ternak seperti ayam yang masih belum sepenuhnya menggunakan konteks islami/halal. Menurut pengurus PHRI Sumatera Utara mengenai standarisasi label halal pada produk makanan dan minuman dinyatakan belum siap. Perlu dibuat suatu standard yang menjadi pedoman bagi restoran dan penyedia jasa makanan minuman di Kota Medan. Selain itu, perlu adanya pengawasan dan sosialisasi dari hulu ke hilir mengenai produk makanan yang terjamin halal.

f. Kondisi Biro Perjalanan Wisata dan Pramuwisata

Kondisi pramuwisata yang sudah tersertifikasi sudah lebih dari 1000 orang Di Kota Medan, yang harus memiliki sertifikasi pramuwisata sesuai dengan sesuai Kepmenpar Nomor 19 Tahun 2016, yang mewajibkan pemandu wisata mengikuti sertifikasi dan uji kompetensi. Secara umum pemahaman wisata halal sudah ada yang memahami walaupun masih sangat minim. belum terdapat Biro perjalanan Wisata (*tours and travel*) yang mengkhususkan penyediaan paket wisata syariah yang mewajibkan pemandu wisata mengikuti sertifikasi dan uji kompetensi, daya tarik wisata yang ada di Kota Medan sudah mencerminkan konsep islami. Bahkan daftar akomodasi dan restoran sudah ada yang sesuai kriteria Halal.

g. Kelembagaan dan Sistem Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil dari LPP POM. Dalam proses sertifikasi hotel, restoran dan penyedia jasa makanan minuman masih terkendala aspek biaya dan juga prosedur yang harus di lalui. Untuk produk sudah ada pembedaan namun untuk pelayanan masih bergabung. Selama ini MUI lebih banyak memberikan label halal hanya pada produk kemasan seperti sirup, makanan dalam kemasan, buatan Kota Medan. Namun untuk restoran dan hotel masih belum dilakukan. Namun arah kemas sudah mulai di laukan dengan melakukan sosialisai dengan pemerintah daerah dan juga organisasi profesi.

h. Model Pengembangan Strategi Pariwisata Halal di Kota Medan

Untuk dapat lebih menjelaskan strategi yang oleh pemerintah kota Medan, maka akan dilakukan pendekatan pembahasan dengan model SWOT analisis sebagaimana terlihat pada table berikut :

Tabel 4.6 Analisis SWOT

Faktor Internal	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	1. Kota Medan memiliki potensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata Halal yang strategis baik dari sisi aksesibilitas, ketersediaan sarana seperti pilihan akomodasi serta atraksi wisata alam, budaya, dan religi. 2. Kota Medan muncul	1. Sebagian besar pelaku industri di Kota Medan belum memiliki sertifikasi halal yang bersertifikasi dari MUI, Belum siapnya SDM Kota Medan dalam mengembangkan wisata halal terutama dalam pelayanan

	<p>sebagai salah satu destinasi wisata yang diincar wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus).\\</p> <p>3. Syariat Islam atau produk halal sudah mulai menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Medan.</p> <p>4. Kota Medan sudah mulai mengadakan even-even tahunan yang berbasis religi dan tradisi budaya lokal.</p> <p>5. Kota Medan juga telah memiliki bandara internasional yang terhubung secara langsung dengan Kuala Lumpur, penang, Thailand, Singapura.</p>	<p>(<i>hospitality</i>), tapi dari sektor itu dilihat masih ada kekurangannya, misalnya:</p> <p>a. Pramuwisata yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip islami dalam mendampingi wisatawan misalnya tidak mendampingi sholat jumat/berjamaah</p> <p>b. Para supir travel dan bus. Baik dari aspek tingkat kebersihan, kerapian dan ketertiban, seperti kebiasaan menerobos lampu merah.</p> <p>c. Pandangan negatif dari masyarakat /tokohmasyarakat/ulama bahwa pariwisata hanya menekankan pada sisi negative.</p> <p>2. Beberapa keluhan wisatawan saat berkunjung ke Kota Medan adalah masih kurangnya atraksi dan destinasi serta fasilitas pariwisata, seperti mushalla, harga</p>
--	--	--

		barang dan makanan di pasar belum standar, karena di setiap lokasi berbeda-beda harganya.
--	--	---

3. Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Parapat

a. Terminologi Wisata Syariah

Penggunaan istilah “wisata halal” atau halal *tourism* dinilai lebih tepat karena lebih spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan wisatawan muslim seperti kebutuhan akan sarana beribadah dan kebutuhan akan makanan dan minuman halal. Istilah halal lebih disetujui karena langsung mengacu pada produk/jasa dalam bisnis pariwisata seperti: *halal food*, *halal restoran*, *halal SPA*, *halal destination* dan produk-produk pariwisata lainnya. Istilah halal jelas menyasar wisatawan muslim sebagai pasar utama.

b. Kesiapan Destinasi (Daya Tarik Wisata)

Kesiapan Kota Parapat menjadi destinasi wisata syariah dengan beberapa indikator utama yaitu: daya tarik wisata, hotel dan restoran, biro perjalanan wisata dan pramuwisata. Dari keempat indikator tersebut disimpulkan bahwa Kota Parapat mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata syariah karena mempunyai daya tarik wisata yang lengkap baik *wisata Alam* (danau Toba, pulau samosir), *buadaya* (makam raja sidabutar, desa Adat samosir, Kawasan Kuliner) maupun *buatan* (pusat pengerajin Ulos lumban suhi suhi). Potensi daya tarik tersebut kurang didukung dengan ketersediaan amenities yang muslim *friendly* seperti tempat ibadah di masing-masing daya tarik wisata. Wisatawan muslim sedikit sulit untuk menemukan tempat ibadah (sholat) selama melakukan aktivitas wisata di Kota Parapat dan daerah sekitar Danau Toba seperti tomok dan sekitar simanindo. Untuk mengukur kesiapan daya tarik wisata di Kota Parapat sebagai destinasi wisata syariah masih membutuhkan proses *asesment* (pengujian) lebih lanjut.

c. Akomodasi (Hotel dan Tempat Menginap Lainnya)

Dari sisi akomodasi, didapat bahwa Kota Parapat belum siap menjadi destinasi wisata syariah. Indikatornya adalah lebih dari 100 unit usaha akomodasi

di Kota Parapat belum ada yang mendapat sertifikasi Halal oleh MUI. Hal ini terutama jika mengacu pada kriteria hotel sesuai Permenpar No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang meliputi syariah hilal 1 dan hilal 2. Karena sifatnya yang hanya dianjurkan, penyelenggaraan hotel yang sesuai kriteria syariah di Kota Parapat akan banyak menemui kendala. Sebuah hotel yang sudah menyatakan diri sebagai hotel syariah, atau telah dinyatakan syariah oleh otoritas yang berwenang, maka segmen yang dituju adalah khusus (eksklusif) untuk wisatawan muslim. Jika segmen pasar wisatawan muslim belum menjadi prioritas, maka penyelenggaraan hotel syariah akan sulit dikembangkan. Sesuai dengan Permenpar No. 2 Tahun 2014, salah satu kriterianya adalah restoran (bar) hotel tidak menjual minuman dan makanan beralkohol. Sedangkan hampir di semua hotel di Kota Parapat masih terdapat bar yang menjual minuman beralkohol. Untuk menuju hotel syariah seharusnya ada kriteria tambahan sebelum syariah hilal satu atau hilal dua. Bisa menggunakan istilah “pra syariah” atau “muslim friendly” atau “family friendly” hotel.

d. Restoran dan Usaha Penyedia Jasa Makanan Minuman

Dari aspek penyediaan makanan dan minuman, di Kota Parapat belum terdapat restoran dan katering yang mendapat sertifikat halal dari MUI,. Bahkan untuk restoran yang terdapat pada hotel, belum ada yang mendapat sertifikasi halal dari MUI. Kendala utama seetifikasi pada restoran hotel adalah minimnya informasi yang didapat pengelola restoran mengenai proses untuk mendapat sertifikasi halal. Hal ini karena belum adanya sosialisasi dari baik dari Kementerian Pariwisata maupun dari MUI sendiri.

Kendala selanjutnya adalah masalah biaya. Bagi restoran yang terdapat di hotel, untuk mendapatkan sertifikasi halal dari MUI tentunya memerlukan biaya yang tidak sedikit, karena pengelola hotel setidaknya harus menyediakan dua macam restoran, satu untuk melayani tamu secara umum dan restoran lainnya untuk melayani tamu muslim. Tanggung jawab moral dari pengelola juga berat karena harus menjamin kehalalan masakan yang meliputi sifat asal produk, proses dan penyajiannya. Sebagai contoh, sifat asal ikan adalah halal, tetapi ketika dimasak dalam wadah yang sama dengan binatang yang diharamkan maka bisa menyebabkan kehilangan kehalalannya atau menggunakan bumbu yang juga belum tentu halal. Selain itu, biaya untuk proses asesmen seperti operasional untuk surveiornya juga dibebankan kepada pihak yang mengajukan sertifikasi

halal, dalam hal ini pengelola hotel dan restoran. Kendala-kendala tersebut menyebabkan banyak restoran dan penyedia makanan dan minuman yang mencantumkan label halal tanpa sertifikasi dari MUI, hal ini tentu bisa merugikan konsumen karena tidak ada jaminan dari otoritas yang berwenang. Kendala-kendala tersebut yang menyebabkan jumlah perusahaan atau pelaku usaha jasa penyedia makanan dan minuman yang bersertifikat halal dari MUI sangat sedikit.

e. SPA, Sauna dan Massage

Untuk usaha SPA, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik SPA, sauna maupun massage di Kota Kota Parapat belum dapat dikategorikan sebagai SPA syariah atau halal. Lebih dari 30 unit usaha SPA dan massage di Kota Parapat belum ada yang mendapat sertifikasi syariah atau halal dari MUI.

f. Biro Perjalanan Wisata dan Pramuwisata

Belum terdapat Biro perjalanan Wisata (*tours and travel*) yang menyediakan paket perjalanan/wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata syariah, atau telah memiliki daftar akomodasi dan restoran yang sesuai kriteria syariah. Untuk pramuwisata juga belum terdapat pramuwisata (*tour guide*) yang khusus untuk menghandle tamu atau wisatawan muslim. Demikian pula untuk Biro Perjalanan Wisata (BPW) dan Pramuwisata, semua masih bersifat konvensional dan belum ada yang dikhususkan untuk melayani wisatawan muslim. Jika ingin mengembangkan Kota Parapat menjadi destinasi wisata syariah, maka pemerintah daerah harus dapat mendorong BPW di Kota Parapat dan sekitarnya untuk membuat paket-paket wisata halal.

g. Kelembagaan dan Sistem Sertifikasi Halal

Secara umum dapat disimpulkan bahwa jika mengacu pada kerangkateori pengembangan wisata syariah dengan empat fokus pengembangan usaha yaitu: perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata, dan SPA, Kota Kota Parapat belum siap untuk menjadi destinasi wisata syariah. Keputusan untuk mengembangkan wisata syariah ada pada pemerintah daerah Simalungun sendiri. Negara-negara dengan penduduk mayoritas non muslim seperti Jepang, Taiwan, Singapura, dan Thailand, mampu mengembangkan konsep pariwisata yang muslim *friendly* karena pemerintah negara-negara tersebut menyadari betul potensi ekonomi dari pergerakan wisatawan muslim di dunia. Kota Parapat bisa saja menjadi destinasi wisata halal atau syariah, tetapi harus dimulai dari itikad pemerintah daerahnya sendiri. Kalau segmen wisatawan muslim menjadi salah

satu prioritas maka pelayanan terhadap segmen tersebut harus ditingkatkan. Salah satunya dengan mengembangkan konsep penyelenggaraan pariwisata Halal.

h. Model Pengembangan Strategi Pariwisata Halal di Kota Parapat

Analisis SWOT akan berisikan faktor internal dan juga faktor eksternal dari semua aspek yang menjadi bagian dari yang akan di kaji. Untuk lebih lengkapnya akan terdapat dalam table SWOT berikut ini:

Tabel 4.7 SWOT Analisis

Faktor Internal	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kota parapat mempunyai atraksi wisata yang lengkap baik alam, budaya dan <i>man made</i> 2. Dari aspek aksesibilitas sudah terdapat Bandara Internasional sisingamangaraja XII di silangit. 3. Terdapat akses jaringan telekomunikasi, dengan berbagai operator. telekomunikasi. 4. Mempunyai kekayaan kuliner yang unik dan beragam. 5. Mempunyai banyak jenis akomodasi (hotel) dari bintang satu s.d. empat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah, pelaku usaha dan Masyarakat Kota parapat belum memahami konsep pariwisata Halal. 2. Belum semua Daerah Tujuan Wisata menyediakan tempat ibadah untuk wisatawan muslim. 3. Belum terdapat hotel yang bersertifikasi halal/syariah. 4. Belum ada restoran yang bersertifikat halal masih sangat sedikit.
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 6. Terdapat lembaga sertifikasi halal yakni MUI Provinsi Sumatera Utara 7. Memiliki modal sosial berupa kerukunan antar umat beragama yang kuat 8. Memiliki program sale sasion ke beberapa kota penting di Indonesia 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Belum terdapat Biro Perjalanan Wisata yang menyediakan wisata halal 6. Belum terdapat pramuwisata khusus untuk paket wisata Halal. 7. Belum tersedia kolam renang, salon dan SPA syariah/halal 8. Akses keselamatan dan kepatuhan dalam penyebrangan

		danau yang masih minim
<p>PELUANG (O)</p> <p>1. GDP negara-negara Timur Tengah yang tinggi dan <i>outbound</i> yang tinggi merupakan pasar potensial untuk wisata syariah/halal.</p> <p>2. Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim merupakan pasar potensial untuk wisnus syariah. Konsep pengembangan wisata syariah/halal didukung oleh Kementerian Pariwisata</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. Di setiap daya tarik wisata sebaiknya disediakan tempat ibadah (mushola) untuk memudahkan wisman dan wisnus</p> <p>2. Membuat paket-paket wisata Halal untuk menarik wisman dan wisnus muslim.</p> <p>3. Menjajagi kemungkinan membuka penerbangan internasional ke negara-negara muslim seperti timur tengah.</p> <p>4. Bekerjasama dengan Kementerian pariwisata menciptakan sistem sertifikasi halal/syariah untuk usaha pariwisata di Kota parapat.</p> <p>5. Menggunakan semua Media termasuk internet untuk promosi.</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1. Perbaiki fasilitas dan sarana pendukung pariwisata syariah seperti penyediaan rumah ibadah muslim, toilet bersih, rumah sakit, restoran, dll</p> <p>2. Memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran dan rumah makan di Kota parapat</p> <p>3. Mendorong dan memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran hotel di Kota parapat</p> <p>4. Menyediakan pramuwisata yang mampu dan memahami kaidah-kaidah syariah melalui pelatihan dan pembekalan.</p> <p>5. Memfasilitasi sertifikasi syariah/halal untuk usaha pariwisata</p>

		lainnya seperti Biro Perjalanan Wisata, koam renang, salan dan SPA.
ANCAMAN (T) 1. Beberapa daerah lain di Indonesia lebih siap menjadi destinasi wisata syariah seperti contoh: Provinsi NTB. Sumatera Barat, 2. Negara-negara dengan penduduk mayoritas non-muslim sedang mempersiapkan diri menjadi destinasi wisata syariah/halal seperti Jepang, Thailand korea Selatan dan Cina.	Strategi ST 1. Menjadikan Negara Jepang, Thailand dan Korea sebagai <i>benchmark</i> dalam pengembangan wisata Halal di Kota parapat. 2. Mengembangkan diferensiasi produk dengan atraksi wisata syariah berbasis kerifan local yang berbeda dan unik dibanding destinasi wisata syariah lain di Indonesia.	Strategi WT 1. Melakukan promosi untuk wisatawan Timur Tengah dan provinsi lain yang mempunyai <i>outbound</i> 5 terbesar (Jakarta, Bandung, Surabaya, Jakarta, Makasar) 2. Melakukan <i>branding</i> yang menunjukkan kelebihan Kota parapat sebagai destinasi wisata Halal berbasis kerukunan umat beragama dibanding provinsi atau daerah lain di Indonesia.

Kesimpulan

Dari uraian hasil survei Strategi Pengembangan Wisata Halal di Kota Medan dan Kota Parapat baik melalui wawancara mendalam dan observasi , dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kota Medan sudah mulai siap sebagai destinasi wisata syariah untuk aspek atraksi (karena sudah mulai mengadakan even-even dan paket wisata syariah), amenitas (kecuali hotel dan spa yang beberapa belum memiliki sertifikasi halal) dan kelembagaannya. Optimalisasi Kota Medan sebagai destinasi wisata Syariah, memerlukan beberapa perbaikan terutama dalam aspek kelembagaan terutama kesiapan sumber daya manusia. Dan regulasi yang jelas dari pemerintah kota Medan,
2. Kota Parapat belum cukup optimal dalam menggarap wisata Halal. Namun masih perlu komitmen dan konsistensi dalam menggarap wisata Halal di Kota parapat. Dalam pengembangan Kota Prapat sebagai destinasi wisata Halal, diperlukan komitmen dari Pemerintah Kota Prapat dan

daerah sekitar danau toba, karena pengembangan destinasi wisata syariah memerlukan keseriusan dan konsistensi. serta sosialisasi kepada masyarakat secara intensif

Rekomendasi

Dari kesimpulan ini maka peneliti merekomendasikan beberapa langkah strategi sebagai berikut :

Variabel Lembaga

- a. Pemerintah daerah Sumatera Utara melalui dinas pariwisata Memasukkan muatan wisata Halal dalam peraturan daerah tentang kepariwisataan
- b. Menyusun PERDA atau peraturan walikota mengenai penyelenggaraan wisata syariah bagi industri di Kota Medan.
- c. Memberikan fasilitas kemudahan kepada pelaku usaha rumah makan dan restaurant serta hotel untuk mendapatkan sertifikasi halal yang melibatkan unsur Dinas Pariwisata Kota Medan dan MUI Provinsi Sumut dan MUI Kota Medan
- d. Menyusun pedoman penyelenggaraan usaha atau standar usaha pariwisata halal

Aksesibilitas dan Informasi

- a. Melakukan sosialisasi mengenai konsep dan tujuan pengembangan wisata syariah kepada aparat pemerintah, masyarakat dan pelaku usaha (industri) pariwisata di Kota Medan.
- b. Kepada para pelaku usaha industri pariwisata Membuat dan mengupdate website sebagai sumber informasi bagi masyarakat akar rumput yang ingin mendapat informasi tentang wisata Halal.
- c. Mempromosikan Kota Medan dan Kota Parapat sebagai destinasi wisata Halal kepada target pasar.

Daftar Pustaka

Peraturan Menteri Kebudayaan Dan Pariwisata Nomor: Km.18/Hm.001/Mkp/2011 Tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (Pnpm) Mandiri Pariwisata

Alim, H. T., Riansyah, A. O., Hidayah, K., Muslimin, I., & Adityawarman, A. 2015. Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan

Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta. *PKM-P didanai DIKTI*, 1-10.

Analisa Daily (4 Maret 2016) BPS: Kunjungan Wisman di Sumut Alami Penurunan. <http://news.analisadaily.com/read/bps-kunjungan-wisman-di-sumut-alami-penurunan/219280/2016/03/04>

Antara (2 Juni 2014) Pemerintah kembangkan 9 destinasi wisata syariah. <http://www.antaranews.com/berita/436947/pemerintah-kembangkan-9-destinasi-wisata-syariah>

Barney, J. B., & Hesterly, W. 2015. *Strategic management and competitive advantage concepts and cases*. Pearson.

Battour, M., & Ismail, M. N. 2014. The role of destination attributes in Islamic tourism. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 12, p. 01077). EDP Sciences.

Bank Indonesia. 2015. Indonesia Kembangkan Potensi Pariwisata Syariah. <http://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Indonesia-Kembangkan-Potensi-Pariwisata-Syariah-ISEF2015.aspx>

Choi, G., & Parsa, H. G. Does Intangible Capital Matter In The Choice Of Foreign Market Entry Mode In The Lodging Industry?. In *Proceedings of 2008 International CHRIE Conference* (p. 95).

de Chabert IV, J. M. 1998. A model for the development and implementation of core competencies in restaurant companies for superior financial performance.

Detik Travel (21 September 2016) Siapa Sangka, Kuta Punya Hotel Ramah Wisatawan Muslim

<http://travel.detik.com/read/2016/09/21/195514/3303583/1382/siapa-sangka-kuta-punya-hotel-ramah-wisatawan-muslim>

Freeman, R. E., & McVea, J. 2001. A stakeholder approach to strategic management.

Ginting, J. 2015. Jangan “Terkecoh” oleh Istilah Wisata Syariah. <https://jonru.com/2015/11/25/jangan-terkecoh-oleh-istilah-wisata-syariah/>

Irawan, R. R., Sumarwan, U., Suharjo, B., & Djohar, S. 2014. Stakeholder Management: Conflict And Interest In Tin Mining Industry Indonesia (Case Study Bangka Belitung Province). *European Scientific Journal*, 10(25).

JNTO. 2016. Panduan Wisata di Jepang untuk Wisatawan Muslim. http://www.jnto.or.id/muslim_visitors.html

- Kalesar, M. I. 2010. Developing Arab-Islamic Tourism in the Middle East: An Economic Benefit or A Cultural Seclusion. *International Politics*, 3(5), 105-136.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. 2008. The execution premium. *Barcelona: Deusto*.
- Kazak, K., & Wing, Y. C. 2009. Improving Customer Service through Just-in-Time Distribution: Fitting into the customer's service offer in case of Electrolux Laundry Systems.
- Kemenpar. 2015. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta: Kemenpar
- Khazaei, A. 2015. *Immigrants' Engagement in Tourism Planning: The Case of the Rouge National Urban Park* (Doctoral dissertation, University of Guelph).
- Loosemore, M., & Phua, F. T. T. 2010. Stakeholder Engagement in Managing Risk. In *Proceedings of the 18th CIB World Building Congress* 'Proceedings of the 18th CIB World Building Congress.
- Mastercard. 2016. *Global Muslim Travel Index 2016*. MasterCard and CrescentRating.
- Murphy, K. S., & Murrmann, S. 2009. The research design used to develop a high performance management system construct for US restaurant managers. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 547-555.
- Musa, G., Mohezar Ali, S., & Moghavvemi, S. 2016. Understanding Islamic (Halal) Tourism Through Leiper's Tourism System. S., *Understanding Islamic (Halal) Tourism Through Leiper's Tourism System (July 21, 2016)*.
- Namin, N. A. A. 2013. Value creation in tourism: an Islamic approach. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(5), 1252-1264.
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah
- Pew Research Center. 2010. Worldwide Muslim Population
- Priambodo, M. P. 2015. Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan Pemberdayaan Masyarakat di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan (Journal of Economics and Development Studies)*, 7(2), 27-34.
- Reed, D. 1999. Stakeholder management theory: A critical theory perspective. *Business Ethics Quarterly*, 9(03), 453-483.

Republika (26 Juli 2016) Taiwan Bidik Wisatawan Muslim.
<http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/16/07/26/oax1gf301-taiwan-bidik-wisatawan-muslim>

Shapiro, D., Russell, B. I., & Pitt, L. F. 2007. Strategic heterogeneity in the global mining industry. *Transnational Corporations*, 16(3), 1.

UNWTO. 2016. *Tourism Highlights*. UNWTO

Wenzhong, Z., & Limin, F. 2012. A Case Study of Siemens' Violation of Business Ethics in Argentine Based on Stakeholder Theory. *Global Journal of Management And Business Research*, 12(13).

Wiegel, W., & Bamford, D. 2015. The role of guanxi in buyer–supplier relationships in Chinese small-and medium-sized enterprises—a resource-based perspective. *Production Planning & Control*, 26(4), 308-327.